

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Membeli adalah kegiatan transaksi yang dilakukan antara pembeli dengan penjual yang berguna untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Kegiatan membeli tersebut dapat dilakukan di toko, retail, *wholesale*, maupun toko penyedia produk atau jasa. Sehingga *retailing* dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan usaha yang dapat memberikan nilai tambah pada produk atau jasa yang dijual kepada pelanggan untuk penggunaan pribadi atau keluarga (Endang, 2012).

Bisnis *retail* adalah sebuah kegiatan untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan dari konsumen akhir yang di dalamnya meliputi konsumen individu dan konsumen kelompok. Dalam menyalurkan kebutuhan konsumen akhir tersebut pihak *retailer* harus memiliki kelebihan untuk dapat bersaing dengan para kompetitor dan membuat konsumen lebih memilih bisnis *retail*nya. (Istiatin dan Sudarwati, 2014)

Menurut data dari Bank Indonesia, dari hasil survey yang dilakukan penjualan ritel tahunan di Indonesia pada bulan Maret 2017 dibandingkan bulan Februari 2017 mengalami peningkatan rasio *Real Sales Index* (RSI) dari 3,7% pada bulan Februari 2017 menjadi 4,2%. Untuk penjualan retail yang berhubungan dengan makanan mengalami kenaikan dari 5,1% menjadi 1% pada periode yang sama. Sehingga dari data tersebut pertumbuhan retail di Indonesia termasuk pertumbuhan yang cukup pesat.

Toko X adalah sebuah toko yang termasuk kategori retail yang menjual produk makanan ringan, minuman ringan, biskuit, dan berbagai makanan tradisional. Toko X mulai berdiri pada tahun 2005 yang mulanya hanya sebuah rumah biasa yang kemudian dijadikan sebuah tempat usaha. Toko X membeli produk-produk dari distributor dan agen yang berada di Jakarta. Pada awalnya Toko X hanya menjual sedikit jenis barang yang masih bisa dibeli eceran. Kemudian beberapa tahun kemudian Toko X tidak menjual ecer lagi (untuk pembelian makanan tradisional minimal membeli 1 ball, untuk makanan ringan/snack minimal 1 kardus / 1 pak).

Semakin berkembangnya zaman maka kemajuan dalam bidang retail juga ikut berkembang. Hal ini juga membuat Toko X menambahkan sistem penyimpanan data penjualan dan data *stock* di database agar lebih mudah dalam mengecek

barang dan melakukan pengadaan barang. Selain dituntut dalam bidang teknologi, penataan display barang juga berpengaruh pada minat beli konsumen.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di Toko X, konsumen kesulitan dalam menemukan barang yang akan dibeli. Produk yang dijual penataannya hanya berdasarkan merk saja dan ada produk yang tidak ditampilkan di rak penjualan tetapi berada di tempat penyimpanan. Tidak adanya perencanaan untuk penataan tata letak produk berdampak pada minat beli konsumen. Terbatasnya jumlah pegawai yang ada di Toko X membuat konsumen tidak dapat bertanya karena padatnya tugas masing-masing pegawai. Sehingga penataan tata letak produk berfungsi untuk menata dan menampilkan produk yang ada keterkaitan antar produk satu dengan yang lainnya agar memudahkan konsumen dalam mencari barang.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka dapat disimpulkan permasalahan yang ada di Toko X adalah konsumen kesulitan dalam mencari produk karena penataan produk yang tidak saling terkait dan adanya produk yang tidak ada di rak penjualan.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Mengetahui keterkaitan antar produk yang dibeli oleh konsumen
- b. Mengusulkan usulan tata letak produk

1.4. Batasan Masalah

Dalam membahas masalah yang sudah dijelaskan diatas, penyusun memberikan beberapa batasan agar jangkauan masalah tidak terlalu luas. Batasan-batasan masalah tersebut antara lain:

- a. Penulis hanya mengambil data pembelian produk yang dilakukan per transaksi
- b. Penulis melakukan *Market Basket Analysis* dengan data per struk pembelian selama 3 bulan.
- c. Penulis memberikan usulan rancangan penataan display yang baik dan dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan